



La IA Generativa entra con fuerza en el marketing: desde la creatividad y la experiencia de cliente hasta el 'deepfake'

DES2024 estudiará la revolución generalizada en la que está el sector de la persuasión a raíz del poder de las redes sociales, las tecnologías inmersivas, la analítica de datos y la inteligencia artificial

Expertos de renombre mundial como Neil Patel, y conocidas marcas de la talla de Coca-Cola, TikTok, L'Oréal, Tous, Nivea, Santander, Alibaba, Sanofi o Mediaset compartirán del 11 al 13 de junio en Málaga sus casos de éxito

Madrid, 27 de mayo de 2024. – La industria del marketing se encuentra en un momento de rápida adaptación al nuevo perfil del consumidor, que pasa gran parte de su tiempo conectado. Según el estudio 'Trends Review 2024', elaborado por The Cocktail, el 35% de nuestra rutina diaria de descanso la empleamos usando Internet. Esta experiencia digital ha hecho que el usuario esté cada vez más informado para la toma de decisiones, más al día de las tendencias que se mueven en redes sociales, y más concienciado con diferentes causas, aunque por otra parte, registra una saturación de contenido y pantallas, de modo que busca la desconexión física como vía de escape.

Para dar respuestas a estos retos y satisfacer las necesidades de las distintas generaciones, el ámbito del marketing está integrando tecnologías exponenciales, con una clara apuesta por la IA, a fin de adaptarse a lo que demanda cada potencial cliente. En este marco, [DES – Digital Enterprise Show 2024](#), el mayor evento europeo dedicado a las tecnologías exponenciales, acogerá el foro Digital Marketing Planet, con el apoyo de Clear Channel, del **11 al 13 de junio en Málaga**, desde el que se examinará la influencia de las recientes herramientas digitales en este paradigma actual de la persuasión.

Nombres de la talla de **Neil Patel**, calificado por Forbes como uno de los 10 mejores especialistas en marketing; **Mihaela Tudor**, Global Vice president y Country Leader en la European Women's Association, y **Josep Celaya**, Chief Customer, Marketing & Data Officer en Nationale-Nederlanden, mostrarán las novedades y tendencias que están transformando el sector. Además, líderes de conocidas firmas como Santander, Coca-Cola, L'Oréal, Mahou San Miguel o Palladium Hotel Group explorarán la transformación que está viviendo el rol del consumidor en relación con las marcas a partir de la innovación tecnológica.

Casos de éxito de gran repercusión

Tous consiguió conectar con millones de usuarios gracias a un reto viral en TikTok donde se invitaba a creadoras de 'nail art' a participar en un concurso en el que debían de idear estilismos con las piezas de una nueva colección de joyas para uñas llamada Tous Claws. La comunidad de la plataforma de entretenimiento fue la encargada de decidir la propuesta ganadora, de la que surgió un kit de edición limitada que se agotó con rapidez. DES2024 mostrará de primera mano este caso de éxito con **Anaïs Durand**, Directora de Marketing y Comunicación de Tous, y **Teba Lorenzo**, Sales Country Manager en TikTok, igual que llevará sobre la mesa la colaboración entre Miravia, el



marketplace de Alibaba en España, y Nivea, con el propósito de compartir modelos inspiradores de cómo las compañías usan los canales digitales del momento para incrementar sus ventas.

Por su parte, y con miras a exponer los proyectos que ya se encuentran en el mercado, la cumbre ahondará en la curiosa historia de **Alba Renai**, la primera influencer virtual creada y entrenada por IA generativa en España. La encargada de presentarla será **Silvia Velasco**, CEO de Be a Lion, filial del grupo Mediaset, que ha sido la empresa que la ha ideado y producido. Junto a estas historias, **Jesús Mutiozabal**, Omnichannel Lead en Sanofi, **Florencio Castro**, Director de Customer Experience en Planeta Formación y Universidades, y **Fares Kameli**, CIO en La Casa de las Carcasas, explicarán sus testimonios de aplicación de la IA en el marketing en sus respectivos negocios.

La creatividad, mejor con IA

La IA Generativa ha supuesto una revolución en la comunicación por su contribución en potenciar la creatividad, crear contenido y automatizar procesos, entre otros factores. Estos aspectos serán analizados en la cumbre por **María Carmen Fernández**, Chief Innovation Officer en Grupo Mediapro, y **Francisco Asensi**, Head of strategic partnerships & innovation en DeAPlaneta Entertainment, quienes igualmente indagarán en cómo la innovadora solución se combina con el entretenimiento de marca. A su vez, **Nicolás Madoery**, dedicado al diseño de estrategias para proyectos musicales, marketing digital y formación en gestión musical, y **Luis Moreno** y **Adam Colyer**, confundadores de AI Create, detallarán el papel de la inteligencia artificial en los procesos de expresión artística.

Otro de los escenarios donde la IA ha irrumpido con fuerza es en la personalización de las experiencias de cliente, donde ha conseguido adaptar al máximo la información a las necesidades de cada usuario dando la oportunidad de impulsar, al mismo tiempo, análisis predictivos. **José Díaz**, especialista en marketing de fidelización en Mutua Madrileña, y **Álvaro Millán**, que lidera la experiencia de cliente de Ikea para toda Europa, darán las claves con las que aprovechar la IA a fin de ofrecer vivencias excepcionales y mantenerse a la vanguardia en el panorama competitivo actual. A ellos se sumarán **Marian Otamendi**, Directora de World Football Summit, y **Antonia Varela**, Directora de la Fundación Starlight, que reflexionarán en torno a los avances que están remodelando las experiencias en los sectores del entretenimiento, los eventos y el turismo.

Siguiendo con la construcción de momentos hiperpersonalizados, las tecnologías inmersivas y virtuales están desarrollando una función fundamental por las capacidades adicionales que brindan ayudando al cliente en la elección de compra. Esta cuestión se llevará sobre la mesa en DES de la mano de **Jolanda Tromp**, consultora especializada en Realidad Extendida y profesora en la State University of New York; **David Moreno**, Copresidente del Comité Empresarial de la Asociación VR/AR y **Carolina Salazar**, CEO de la agencia de innovación, Design Thinking Sweden.

‘Deepfakes’, la otra cara de la IA

Asimismo, DES será el evento que navegará en el otro lado la IA: los riesgos y amenazas que supone cuando se usa de un modo fraudulento creando contenido falso o pseudonoticias. **Amy Peck**, fundadora y CEO de la consultora de tecnologías exponenciales, EndeavorXR; **Serafin I. Bailey**, analista de marketing sobre los sectores



de deporte y entretenimiento; **Alberto Díaz**, director de Migration, asesoría que orienta a las organizaciones en su transformación digital, o **Dion Hinchcliffe**, vicepresidente de CIO Practice de The Futurum Group, abordarán los desafíos asociados con los 'deepfakes', su impacto y las consideraciones éticas. Asimismo, **Michael Sheldrick**, Co-Founder and Chief Impact, Policy and Government Affairs Officer en Global Citizen, entre otros, estudiará la peligrosa intersección entre la desinformación, los derechos digitales y las plataformas de redes sociales.

[Sobre DES | Digital Enterprise Show \(11-13 junio 2024, FYCMA, Málaga\)](#): DES – Digital Enterprise Show es un evento de Nebext – Next Business Exhibitions en colaboración con el Ayuntamiento de Málaga y la Junta de Andalucía. En siete ediciones, se ha convertido en el mayor evento profesional europeo sobre tecnologías exponenciales y uno de los referentes mundiales que ofrece a la alta dirección de las empresas las últimas soluciones y productos para acompañar a las grandes corporaciones, a Pymes y a las Administraciones Públicas europeas hacia la transformación digital. Durante 3 días, combinamos tecnología e innovación con liderazgo digital, soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia de cliente y del empleado, optimización de los procesos operacionales y la identificación de nuevos modelos de negocio, servicios y productos de todas las industrias.